

Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Manajemen Bisnis

Oleh: Idrus Usu

Abstract

Basically present business will not be endless otherwise is accompanied with ethics. This thing of course very far differed from tending to industry era concept that permits all ways, pursues maximum benefits without bothering ethics and others importance, environment and generation a period of coming.

Business ethics is study majored about wrong and correct morale. This study concentrates on morale standard as applied in policy, institution, and behavior of business. Whereas social responsibility is processing social interaction between the companies and public. Public claim and development of democracy and rapid of globalization current and free market, causing peeps out awareness from industrial world about the importance of executing company social responsibility (Company social responsibility).

Kata Kunci: Etika, Tanggung Jawab Sosial, Bisnis, Perusahaan, Manajemen.

Pendahuluan

Pemahaman bisnis dewasa ini dirasakan semakin penting, baik oleh pelaku bisnis dan kalangan ilmunan ekonomi bisnis itu sendiri, bahkan pemerintah sebagai pembuat regulasi atau kebijakan yang berkaitan dengan dunia usaha. Hal ini tidak dapat dipungkiri semakin intense dan dinamisnya aktifitas bisnis dalam berbagai sektor serta menglobalnya sistem perekonomian. Indonesia sebagai salah satu negara yang berkembang membuka keran investasi secara massive disertai dengan kemudahan-kemudahannya.

Secara makro, terdapat kecenderungan adanya kompetisi antar negara berkembang untuk menjadi tujuan investor yang kondusif. Di sisi lain negara-negara maju melakukan

berbagai strategi global untuk menguasai pasar mancanegara, khususnya pada negara-negara yang termasuk dalam emerging market atau negara-negara yang dikategorikan sebagai pasar yang mengeliat dan potensial bagi produk dari negara maju.

Dengan meningkatnya transaksi bisnis baik bersifat secara lokal, nasional, regional, maupun global sudah barang tentu akan membawa konsekuensi perlunya aturan main (rule of game) yang berupa regulasi yang dapat menjamin kontinuitas aktifitas dunia usaha itu sendiri secara adil dan pasti. Demi terciptanya keteraturan dan kepastian dalam mengakomodasi berbagai kepentingan para pelaku bisnis, maka etika dan tanggung jawab hukum menjadi kebutuhan yang tidak

terelakkan sebagai pedoman findamental.

Konsekwensi dari keterbukaan ini adalah negara menjadi bagian dari klub negara-negara ekonomi terbuka yang dikuasai oleh negara-negara maju, atau bias juga menjadi hanya *enclave* dari negara-negara maju. Negara ini akan menjadi *koloni* baru yang diisap oleh modal dan teknologi asing. Tentu semua ini bergantung pada tingkat kesiapan dan ketahanan ekonomi bangsa ini. Pasar global akan menguji potensi-potensi ekonomi kita, dalam artian apakah potensi ekonomi itu bisa melebihi sumber-sumber daya alami dan keringat buruh yang dibayar murah.

Secara bertahap kita menyaksikan kebijakan ekonomi yang bergerak dari preliberalisasi ekonomi ke era liberalisasi dan komitmen kepada *full liberalisasi* ekonomi. Berbagai rangsangan ditawarkan kepada penanam modal asing dan domestik, untuk berbisnis dan sektor-sektor usaha mulai dibuka dengan sedikit sekali pembatasan. Malah cabang-cabang produksi yang penting bagi rakyat dan negara pun mulai dibuka, sehingga tafsir Pasal 33 UUD 1945 menjadi sangat berubah. PP No 20 tahun 1994 merupakan contoh yang sering dikutip, tetapi banyak paket deregulasi lain yang pada intinya membuka negara ini bagi masuknya modal asing termasuk dalam cabang-cabang yang sering dikategorikan sebagai penting, menyangkut hajat hidup orang banyak

Secara resmi Garis-garis Besar Haluan Negara (GBHN) menetapkan salah satu arah Kebijakan Program Pembangunan Nasional Bidang

Hukum, yakni mengembangkan peraturan perundang-undangan yang mendukung kegiatan perekonomian dalam menghadapi era perdagangan bebas. Tentunya arah kebijakan tersebut merupakan satu indikator kuatnya pengaruh atau tujuan ekonomi dalam perkembangan hukum di Indonesia.

Tuntutan masyarakat dan perkembangan demokrasi serta derasnya arus globalisasi dan pasar bebas, sehingga memunculkan kesadaran dari dunia industri tentang pentingnya melaksanakan etika dan tanggung jawab hukum dalam manajemen bisnis. Serta tantangan baru dalam persaingan global adalah bagaimana perusahaan dapat tetap hidup dan berkembang berdasarkan logika ekonomis yang mengkaitkan lingkungan, sumber daya produksi, inovasi dan keunggulan bersaing.

Perusahaan-perusahaan semakin sadar akan pentingnya keberlangsungan jangka panjang usahanya. Kelestarian merupakan salah satu aspek penting yang menjadi perhatian pihak manajemen. Disisi lain beragam tantangan harus dihadapi.

Etika Manajemen Bisnis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1989), yang dimaksud dengan etika ialah: Pertama, ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang dan kewajiban moral. Kedua, kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. Ketiga, nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.

Etika merupakan suatu konsepsi mengenai tindakan yang benar dan salah (Post, Lawrence, dan

Weber, 2002: 102). Etika sendiri bersumber dari moralitas yang merupakan nilai tentang bagaimana kita harus hidup secara baik sebagai manusia (Keraf, 1991: 20).

Secara umum etika adalah cara yang mengatur perilaku orang atau sekelompok orang dalam masyarakat. Etika (*ethics*) adalah kode yang berisi prinsip-prinsip dan nilai-nilai moral yang mengatur perilaku orang atau kelompok terkait dengan apa yang benar atau salah (Daft, 2007, 201).

Definisi diatas dapat dijabarkan bahwa etika berhubungan dengan nilai-nilai internal perusahaan dan membentuk keputusan mengenai tanggung jawab sosial yang berkaitan dengan lingkungan eksternal. Isu etika hadir dalam sebuah situasi ketika tindakan yang dilakukan sebuah organisasi dapat menimbulkan manfaat atau kerugian bagi pihak lain.

Pada umumnya menurut Frans Magnis Suseno (1991: 68), secara sistematis etika dibedakan menjadi etika umum dan etika khusus. Selain itu etika juga dibedakan antara etika individu dan etika sosial. Etika umum membahas tentang prinsip-prinsip dasar dari moral. Sementara etika khusus menerapkan prinsip-prinsip dasar dari moral pada masing-masing bidang kehidupan. Kemudian etika individual memuat kewajiban manusia terhadap diri sendiri. Selanjutnya etika sosial membicarakan tentang kewajiban manusia sebagai anggota umat manusia.

Berdasarkan definisi dan hakekat etika di atas, maka etika bisnis merupakan penerapan etika secara umum terhadap perilaku bisnis. Secara lebih khusus Griffin dan Ebert, 1992:

82), menyatakan makna etika bisnis menunjukkan perilaku etis maupun tidak etis yang dilakukan manajer dan karyawan dari suatu organisasi perusahaan.

Menurut Baron, yang dimaksud dengan etika bisnis adalah aplikasi dari prinsip-prinsip etika yang diterapkan sehubungan munculnya masalah-masalah dalam bisnis. *"Business ethics is the application of ethics principles to issues that arise in the conduct of business"* (Baron, 2003: 684).

Etika menurut Beekun (1997) adalah studi yang bersifat normatif sebab etika menjelaskan apa yang seharusnya dilakukan seseorang dan apa yang seharusnya tidak dilakukan seseorang. Sementara etika bisnis, didefinisikan Beekun sebagai *"management ethics or organizational ethics"*, yaitu etika manajemen atau etika organisasional, yang cakupannya menurut Beekun secara sederhana terbatas pada organisasi-organisasi bisnis.

Namun demikian, pendapat Beekun yang membatasi etika bisnis hanya pada cakupan perusahaan itu dapat dipahami dan dimaklumi, karena Beekun tinggal dalam masyarakat kapitalis yang kegiatan bisnisnya didominasi oleh perusahaan-perusahaan (*companies*). Apalagi memang ada literatur yang menyebutkan definisi bisnis sebagai organisasi yang bergerak di bidang bisnis. Misalnya, Straub dan Attner (1994) yang mengatakan bisnis adalah organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.

Namun demikian, ada definisi lain dari bisnis, yang fokusnya bukan pada aspek organisasional, tapi lebih pada aspek kegiatan (operasional), misalnya Anoraga dan Soegiastuti (1996) yang mengatakan bahwa bisnis memiliki makna dasar sebagai "*the buying and selling of goods and services*." (seluruh aktivitas penjualan dan pembelian berbagai barang dan jasa).

Etika bisnis bukan merupakan suatu etika yang berbeda dari etika pada umumnya, dan etika bisnis bukan merupakan suatu etika yang hanya berlaku di dunia bisnis. Sebagai contoh, apabila ketidakjujuran dipandang sebagai perilaku yang tidak etis dan tidak bermoral, maka siapapun di dalam kegiatan usaha (manajer atau karyawan) yang tidak jujur terhadap para pekerja, para pemegang saham, para pelanggan maupun para pesaing, maka mereka dipandang melakukan tindakan yang tidak etis dan tidak bermoral.

Selanjutnya apabila perilaku mencegah pihak lain menderita kerugian dipandang sebagai perilaku yang etis. Dengan demikian perusahaan yang menarik kembali produknya yang memiliki cacat produksi dan dapat membahayakan keselamatan konsumen, dapat dipandang sebagai perusahaan yang melakukan perilaku etis dan bermoral.

Penerapan etika dalam bisnis juga dapat berpengaruh sampai ke tingkat individual, maka sangat penting bagi para pelaku bisnis untuk mengkondisikan perusahaannya sehingga terjaga keseimbangan hubungan antara para anggota, pemegang saham, masyarakat dan para penetap regulasi.

Bisnis masa kini tidak akan lenggang jika tidak dibarengi dengan etika. Hal ini tentu sangat jauh berbeda dengan konsep era industri yang cenderung menghalalkan segala cara, mengejar keuntungan sebesar-besarnya tanpa menghiraukan etika dan kepentingan orang lain, lingkungan hidup dan generasi masa datang. Kepemimpinan dan Pengambilan keputusan yang etis adalah dasar dari organisasi yang etis, tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*), perniagaan yang adil (*'fairtrade'*), sustainabilitas, dan berbagai konsep sejenis.

Prinsip - prinsip etika menyediakan landasan bagi berbagai konsep modern dalam bekerja, bisnis dan organisasi, yang memperluas prioritas individu dan organisasi jauh meninggalkan tujuan-tujuan bisnis tradisional berupa keuntungan dan pemakmuran pemegang saham. Faktor-faktor etikal juga mempengaruhi secara signifikan terhadap institusi dan sektor publik, dimana prioritas sektor publik tradisional dalam kualitas pelayanan dan pengelolaan biaya sekarang harus memperhitungkan pertimbangan-pertimbangan etikal yang telah mempengaruhi dunia komersial dan bisnis.

Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis (Velasquez, 2005). Dalam menciptakan etika bisnis, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain adalah: *Pertama*, Pengendalian diri. *Kedua*, Pengembangan tanggung jawab social

(*social responsibility*). *Ketiga*, Mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi. *Keempat*, Menciptakan persaingan yang sehat. *Kelima*, Menerapkan konsep “pembangunan berkelanjutan”. *Keenam*, Menghindari sifat 5K (Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, Kolusi, dan Komisi). *Ketujuh*, Mampu menyatakan yang benar itu benar. *Kedelapan*, Menumbuhkan sikap saling percaya antara golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha ke bawah. *Kesembilan*, Konsekuen dan konsisten dengan aturan main yang telah disepakati bersama. *Kesepuluh*, Menumbuhkembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati. *Kesebelas*, Perlu adanya sebagian etika bisnis yang dituangkan dalam suatu hokum positif yang berupa peraturan perundang-undangan.

Fungsi Etika Dalam Bisnis

Pertanyaan dasar pertama kalau kita ingin mengkaji tentang etika dalam manajemen bisnis adalah mengapa bisnis memerlukan etika. Bukankah kegiatan bisnis hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dengan cara apapun.

Menurut Post, Lawrence dan Weber (2002: 14), setidaknya terdapat 7 (tujuh) alasan yang mendorong Perusahaan untuk menjalankan bisnis secara beretika, yakni: Pertama, meningkatnya harapan publik agar perusahaan menjalankan bisnisnya secara etis. Perusahaan yang tidak berhasil menjalankan bisnisnya secara etis akan mengalami sorotan, kritik

bahkan hukuman. Kedua, mengapa perusahaan dan para pekerjanya harus bertindak secara etis adalah agar mereka tidak melakukan berbagai tindakan yang membahayakan stakeholders lainnya. Ketiga, penerapan etika bisnis di perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Keempat, penerapan etika bisnis seperti kejujuran, menepati janji, dan menolak suap dapat meningkatkan kualitas hubungan bisnis di antara dua pihak yang melakukan hubungan bisnis. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kepercayaan di antara pihak-pihak yang terlibat hubungan bisnis terhadap pihak lainnya. Sebaliknya, apabila salah satu pihak berlaku tidak dapat dipercaya, maka pihak yang tidak dapat dipercaya ini akan diabaikan oleh mitra bisnisnya bahkan oleh komunitas bisnis secara umum. Kelima, penerapan etika bisnis adalah agar perusahaan terhindar dari penyalahgunaan yang dilakukan karyawan maupun kompetitor yang bertindak tidak etis. Sebagai contoh, kejahatan pencurian uang perusahaan yang dilakukan pemilik dan pimpinan perusahaan merupakan faktor penyebab utama kebangkrutan perusahaan dibanding faktor-faktor lainnya. Keenam, penerapan etika bisnis perusahaan secara baik di dalam suatu perusahaan dapat menghindarkan terjadinya pelanggaran hak-hak pekerja oleh pemberi kerja. Perusahaan dipandang bertindak secara etis apabila perusahaan memenuhi hak-hak normatif para pekerja seperti gaji dan kondisi kerja yang memadai, pemberlakuan penilaian kerja secara adil, adanya reward and punishment policy yang jelas, dan lain-lain.

Ketujuh, perusahaan perlu menerapkan etika bisnis dalam menjalankan usahanya adalah untuk mencegah agar perusahaan tidak memperoleh sanksi hukum karena telah menjalankan bisnis secara tidak etis.

Setiap perusahaan harus memiliki nilai-nilai perusahaan (*corporate values*) yang menggambarkan sikap moral perusahaan dalam pelaksanaan perusahaannya. Untuk dapat merealisasikan sikap moral dalam pelaksanaan usahanya, perusahaan harus memiliki rumusan etika bisnis yang disepakati oleh organ perusahaan dan karyawan. Pelaksanaan etika bisnis yang berkesinambungan akan membentuk budaya perusahaan yang merupakan manifestasi dari nilai-nilai perusahaan.

Etika bisnis tidak hanya terlihat dalam hubungan antara pengusaha, tetapi juga dalam hubungan pemerintah dan masyarakat, bahkan juga terdapat dalam hubungan internal dalam perusahaan yaitu antara atasan dan bawahan. Keterbukaan kepada masyarakat merupakan bagian dari etika bisnis. Hal ini akan menaikkan pamor perusahaan.

Di Indonesia masalah penerapan etika belum intensif, masih belum dilakukan dan digerakan secara nyata. Pada umumnya baru memasuki tahap pernyataan-pernyataan belaka. Karena memang *enforcement* dari pemerintah pun belum tampak jelas. Sesungguhnya Indonesia harus lebih menggerakan penerapan etika bisnis secara intensif terutama setelah tragedi krisis ekonomi tahun 1998.

Tanggung Jawab Sosial/ *Corporate Social Responsibility Terhadap Bisnis*

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (untuk selanjutnya disebut CSR) mungkin masih kurang populer dikalangan pelaku usaha nasional. Namun, tidak berlaku bagi pelaku usaha asing. Kegiatan sosial kemasyarakatan yang dilakukan secara sukarela itu, sudah biasa dilakukan oleh perusahaan-perusahaan *multinasional* ratusan tahun lalu. Tuntutan masyarakat dan perkembangan demokrasi serta derasnya arus globalisasi dan pasar bebas, sehingga memunculkan kesadaran dari dunia industri tentang pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Walaupun sudah lama prinsip-prinsip CSR diatur dalam peraturan perundang-undangan dalam lingkup hukum perusahaan.

Belajar dari pengalaman negara-negara lain, tidak ada satupun negara yang dengan persis mencantumkan persentase atau jumlah yang harus dikeluarkan untuk investasi sosial perusahaan. Akan sangat mustahil menemukan negara yang berbuat demikian, karena yang banyak dikembangkan oleh negara-negara maju adalah sistem insentif yang mendorong perusahaan melakukan investasi sosial sebagai bagian dari strategi *welfare mix* (kesejahteraan sebagai tanggung jawab bersama).

CSR adalah merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun

masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjajanya beserta seluruh keluarganya. Selain itu CSR adalah komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya (CSR: Meeting Changing Expectations, 1999).

Setidaknya ada 6 (enam) kecenderungan utama, yang semakin menegaskan arti penting CSR. Yaitu: Pertama, meningkatnya kesenjangan antara kaya dan miskin. Kedua, posisi negara yang semakin berjarak pada rakyatnya. Ketiga, makin mengemukanya arti kesinambungan. Keempat, makin gencarnya sorotan kritis dan resistensi dari publik, bahkan yang bersifat anti-perusahaan. Kelima, tren ke arah transparansi. Keenam, harapan-harapan bagi terwujudnya kehidupan yang lebih baik dan manusiawi pada era milenium baru.

CSR telah menjadi isu bisnis yang terus menguat. Isu ini sering diperdebatkan dengan pendekatan nilai-nilai etika, dan memberi tekanan yang semakin besar pada kalangan bisnis untuk berperan dalam masalah-masalah sosial, yang akan terus tumbuh. Isu CSR sendiri juga sering diangkat oleh kalangan bisnis, manakala pemerintahan di berbagai negara telah gagal menawarkan solusi terhadap berbagai masalah kemasyarakatan.

Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan DPR tanggal 20 Juli

2007 menandai babak baru pengaturan CSR di negeri ini. Keempat ayat dalam Pasal 74 UU tersebut menetapkan kewajiban semua perusahaan di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pada dasarnya kegiatan CSR sangat beragam bergantung pada proses interaksi sosial, bersifat sukarela didasarkan pada dorongan moral dan etika, dan biasanya melebihi dari hanya sekedar kewajiban memenuhi peraturan perundang-undangan. Oleh karena itu, didalam praktek, penerapan CSR selalu disesuaikan dengan kemampuan masing-masing perusahaan dan kebutuhan masyarakat. Idealnya terlebih dahulu dirumuskan bersama antara 3 pilar yakni dunia usaha, pemerintah dan masyarakat setempat dan kemudian dilaksanakan sendiri oleh masing-masing perusahaan. Dengan demikian adalah tidak mungkin untuk mengukur pelaksanaan CSR.

Selain itu, pelaksanaan CSR merupakan bagian dari *good corporate governance* yang mestinya didorong melalui pendekatan etika maupun pendekatan pasar (*insentif*). Pendekatan regulasi sebaiknya dilakukan untuk menegakkan prinsip transparansi dan fairness dalam kaitan untuk menyamakan *level of playing field* pelaku ekonomi. Sebagai contoh, UU dapat mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan, bukan hanya aspek keuangan, tetapi yang mencakup kegiatan CSR dan penerapan GCG.

Seringkali kepentingan perusahaan diseberangkan dengan kepentingan masyarakat. Tak banyak yang menyadari bahwa sesungguhnya perusahaan dan masyarakat memiliki

saling ketergantungan yang tinggi. Saling ketergantungan antara perusahaan dan masyarakat berimplikasi bahwa baik keputusan bisnis dan kebijakan sosial harus mengikuti prinsip berbagi manfaat (*shared value*), yaitu pilihan-pilihan harus memberi manfaat kedua belah pihak.

CSR adalah konsep yang terus berkembang baik dari sudut pendekatan elemen maupun penerapannya. CSR sebenarnya merupakan proses interaksi sosial antara perusahaan dan masyarakatnya. Perusahaan melakukan CSR bisa karena tuntutan komunitas atau karena pertimbangannya sendiri. Bidangnya pun amat beragam ada pada kondisi yang berbeda-beda.

Proses regulasi yang menyangkut kewajiban CSR perlu memenuhi pembuatan peraturan yang terbuka dan akuntabel. Pertama, harus jelas apa yang diatur. Lalu, harus dipertimbangkan semua kenyataan di lapangan, termasuk orientasi dan kapasitas birokrasi dan aparat penegak hukum serta badan-badan yang melakukan penetapan dan penilaian standar. Harus diperhitungkan adalah kondisi politik, termasuk kepercayaan pada pemerintah dan perilaku para aktor politik dalam meletakkan masalah kesejahteraan umum. Ini artinya harus melalui dialog bersama para pemangku kepentingan, seperti pelaku usaha, kelompok masyarakat yang akan terkena dampak, dan organisasi pelaksana.

Dengan diatur dalam suatu UU, CSR kini menjadi tanggung jawab *legal* dan bersifat wajib. Namun, dengan asumsi bahwa akhirnya

kalangan bisnis bisa menyepakatinya makna sosial yang terkandung didalamnya, gagasan CSR mengalami distorsi serius. *Pertama*, sebagai sebuah tanggung jawab sosial, UU ini telah mengabaikan sejumlah prasyarat yang memungkinkan terwujudnya makna dasar CSR tersebut, yakni sebagai pilihan sadar, adanya kebebasan, dan kemauan bertindak. Mewajibkan CSR, apa pun alasannya, jelas memberangus sekaligus ruang-ruang pilihan yang ada, berikut kesempatan masyarakat mengukur derajat pemaknaannya dalam praktik. Dalam ranah norma kehidupan modern, kita dilingkupi dengan sejumlah norma yakni norma hukum, moral, dan sosial. Tanpa mengabaikan kewajiban dan pertanggungjawaban hukumnya, pada domain lain perusahaan juga terikat pada norma sosial sebagai bagian integral kehidupan masyarakat setempat. Konsep asli CSR sesungguhnya bergerak dalam kerangka ini, di mana perusahaan secara sadar memaknai aneka prasyarat tadi dan masyarakat sekaligus bisa menakar komitmen pelaksanaannya. *Kedua*, dengan kewajiban itu, konsekuensinya, CSR bermakna parsial sebatas upaya pencegahan dan penanggulangan dampak sosial dan lingkungan dari kehadiran sebuah perusahaan. Dengan demikian, bentuk program CSR hanya terkait langsung dengan *core business* perusahaan, sebatas jangkauan masyarakat sekitar. Padahal praktik yang berlangsung selama ini, ada atau tidaknya kegiatan terkait dampak sosial dan lingkungan, perusahaan melaksanakan program langsung, seperti lingkungan hidup dan tak langsung (bukan *core business*)

seperti rumah sakit, sekolah, dan beasiswa. Kewajiban tadi berpotensi menghilangkan aneka program tak langsung tersebut. *Ketiga*, tanggung jawab lingkungan sesungguhnya adalah tanggung jawab setiap subyek hukum, termasuk perusahaan. Jika terjadi kerusakan lingkungan akibat aktivitas usahanya, hal itu jelas masuk ke wilayah urusan hukum. Setiap dampak pencemaran dan kehancuran ekologis dikenakan tuntutan hukum, dan setiap perusahaan harus bertanggung jawab. Dengan menempatkan kewajiban proteksi dan rehabilitasi lingkungan dalam domain tanggung jawab sosial, hal ini cenderung mereduksi makna keselamatan lingkungan sebagai kewajiban legal menjadi sekadar pilihan tanggung jawab sosial. Atau bahkan lebih jauh lagi, justru bisa terjadi penggandaan tanggung jawab suatu perusahaan, yakni secara sosial (menurut UU PT) dan secara hukum (UU lingkungan hidup). *Keempat*, dari sisi keterkaitan peran, kewajiban yang digariskan UU PT menempatkan perusahaan sebagai pelaku dan penanggung jawab tunggal program CSR. Di sini masyarakat seakan menjadi obyek semata, sehingga hanya menyisakan budaya ketergantungan selepas program, sementara negara menjadi mandor pengawas yang siap memberikan sanksi atas pelanggaran yang terjadi.

Tanggung jawab perusahaan yang tinggi sangat diperlukan karena dengan mewajibkan perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya untuk usaha sosial kemasyarakatan diharapkan dapat ikut memberdayakan masyarakat secara sosial dan ekonomi. Namun kewajiban dalam suatu

Undang-undang dapat memunculkan multi tafsir yang menyebabkan tujuan menjadi tidak tercapai. Di antara permasalahan yang harus ditegaskan adalah perusahaan apa saja yang wajib melaksanakan tanggung jawab sosial, sanksi apa saja yang mungkin dapat dikenakan apabila tidak melaksanakan kewajiban tersebut, sistem pelaporan dan standar kegiatan yang termasuk dalam kategori kegiatan tanggung jawab sosial.

Di tengah persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang dialami Indonesia, pemerintah harus berperan sebagai koordinator penanganan krisis melalui CSR. Pemerintah bisa menetapkan bidang-bidang penanganan yang menjadi fokus, dengan masukan pihak yang kompeten. Setelah itu, pemerintah memfasilitasi, mendukung, dan memberi penghargaan pada kalangan bisnis yang mau terlibat dalam upaya besar ini. Pemerintah juga dapat mengawasi proses interaksi antara pelaku bisnis dan kelompok-kelompok lain agar terjadi proses interaksi yang lebih adil dan menghindarkan proses manipulasi satu pihak terhadap yang lain. Peran terakhir ini amat diperlukan, terutama di daerah.

Penutup

Sesungguhnya penyebab utama krisis ini, adalah tidak berfungsinya etika bisnis secara benar, konsisten dan konsekuen. Praktek yang paling banyak dijumpai pada umumnya diwujudkan dalam bentuk buku saku (code of conducts) atau kode etik masing-masing perusahaan. Padahal ini baru merupakan tahap awal praktek etika bisnis yakni mengkodifikasi nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis

bersama-sama *corporate culture* atau budaya perusahaan, ke dalam suatu bentuk pernyataan tertulis dari perusahaan untuk dilakukan dan tidak dilakukan oleh manajemen dan karyawan dalam melakukan kegiatan bisnis.

Etika bisnis sangat penting dalam perusahaan, karena untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai. Harus diakui bahwa pada dasarnya praktek etika perusahaan akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang. Pada umumnya pelanggaran terhadap etika bisnis selalu dipicu oleh godaan terhadap keuntungan jangka pendek yang menggiurkan. Pelanggaran terhadap etika bisnis seringkali acap kali selalu

muncul dan selalu muncul sepanjang ada kegiatan usaha.

Selain itu tanggung jawab sosial merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial merupakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.

Daftar Pustaka

- Baron, David P., 2003, *Business and its environment*. 4th ed., Prentice Hall, Upper Saddle river, New Jersey
- Beekun, Rafik Issa, 1997. *Islamic Business Ethics*. Herndorn.
- Daft, Richard L., 2007, *Management, Manajemen* (terjemahan), Salemba Empat, Jakarta
- Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert, 1999, *Business*, Ffth Edition, Mc Graw Hill.
- Keraf, A. Sony, 1993, *Etika Bisnis: Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*. Kanisius. Yogyakarta.
- Poerwadarminta, W.J.S, 1986, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta.
- Post, James E. Lawrence, Anne T, and James Weber, 2002, *Business And Society: Corporate Strategy, Public Policy, Etics*. 10th Ed, Mc Graw Hill.
- Suseno, Frans Magnis, 1991, *Etika Dasar, Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*. Kanisius. Yogyakarta.
- Garis-garis Besar Haluan Negara (GBHN)
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas